



## **PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques I CONDICIONS PARTICULARS QUE HAN DE REGIR EN EL PATROCINI DE LA SITGES PRIDE MITJANÇANT CONTRACTE NEGOCIAT SENSE PUBLICITAT**

- 1. OBJECTE DEL CONTRACTE**
- 2. DESCRIPCIÓ GENERAL DELS TREBALLS A CONTRACTAR**
- 3. DRETS I OBLIGACIONS DE L'ADJUDICATARI**
- 4. DRETS I OBLIGACIONS DE L'AJUNTAMENT**
- 5. PROPIETAT INTELECTUAL**
- 6. CONDICIONS DE PAGAMENT**

### **1. OBJECTE DEL CONTRACTE**

L'objecte de la licitació és el patrocini publicitari per a la promoció de la imatge turística del municipi de Sitges mitjançant la difusió de la imatge de la vila, la seva marca turística i el logotip institucional de l'Ajuntament de Sitges, en el marc de l'esdeveniment Sitges Pride, organitzat per l'Associations for Gay and Lesbian Sitges (a partir d'ara, AFGAL).

El Sitges Pride és un esdeveniment de projecció internacional consolidat dins del calendari europeu d'esdeveniments LGTBIQ+, que compta amb gran solidesa derivada del seu prestigi, trajectòria i capacitat d'atracció turística. La reputació del Sitges Pride ha estat reconeguda a escala internacional amb guardons com la classificació com a millor Pride del món en la categoria de destinació petita al portal GayCities.com, així com la inclusió de l'esdeveniment entre els cinc millors orgulls LGTBIQ+ globals per mitjans internacionals com CNN Travel, Lonely Planet, Passport Magazine i National Geographic, fet que avala la seva rellevància i impacte turístic global. L'alta capacitat organitzativa, la participació de públic nacional i internacional, així com els valors d'inclusió, diversitat, igualtat i respecte que promou, han consolidat aquest esdeveniment com un referent dins del segment de turisme LGTBIQ+ a nivell europeu i internacional.

Aquesta licitació té la finalitat d'establir les condicions que han de regular el contracte de patrocini publicitari a subscriure entre l'Ajuntament de Sitges i AFGAL (entitat organitzadora i patrocinada) per a la promoció de Sitges a través de la presència de la marca turística, escut o logotip identitat corporativa que determini l'Ajuntament de Sitges en el marc de l'esdeveniment Sitges Pride durant els anys 2026, així com els anys 2027, 2028 i 2029 en cas de prorrogar-se el contracte, amb la finalitat de promocionar la imatge de Sitges com a destinació turística oberta, diversa, culturalment activa i internacional.

Amb aquest patrocini, i sobre la base que es tracta d'un esdeveniment cultural, festiu i reivindicatiu amb una elevada repercussió mediàtica i digital, es preveu un retorn publicitari mitjançant la visibilitat de la marca Sitges en tots els suports oficials de l'esdeveniment. Aquest retorn permetrà reforçar el posicionament de Sitges com a destinació turística LGTBIQ+ de referència, d'acord amb el que estableix l'article 3 de la Llei 18/2000, de 29 de desembre, per la qual es regula la publicitat institucional que portin a terme les Administracions Públiques de Catalunya.

L'impacte de la presència institucional es produirà tant a nivell presencial —amb milers d'assistents durant els dies de celebració— com a nivell digital i mediàtic, a través de mitjans de comunicació nacionals i internacionals, així com mitjançant retransmissions



i continguts compartits en xarxes socials, generant un impacte d'imatge que associa directament Sitges amb valors de qualitat de vida, convivència, pluralitat, oferta cultural, climatologia favorable, platges, gastronomia i infraestructura turística consolidada.

Els beneficis per imatge es calcularan sota criteris de prudència i valoració objectiva, utilitzant indicadors de valor d'ocupació d'espai mediàtic i cost d'oportunitat publicitari, és a dir, el que suposaria ocupar els mateixos espais i impactes amb campanyes publicitàries convencionals.

El patrocini consistirà en publicitat de caràcter indirecte o "retorn publicitari", derivat de la difusió de la marca Sitges i dels elements identificatius que determini l'Ajuntament en els diferents suports oficials de l'esdeveniment, així com la seva presència destacada en els espais físics on es desenvolupin les activitats, amb el corresponent impacte en mitjans de comunicació i canals digitals.

Es considera que aquesta licitació de patrocini publicitari constitueix un instrument idoni i estratègic per a la difusió de la imatge institucional i turística de Sitges a nivell nacional i internacional. Atès el posicionament del municipi com a destinació turística LGTBIQ+ consolidada, la celebració del Sitges Pride reforça i amplifica aquesta identitat, contribuint a l'atracció de turisme internacional de qualitat i amb capacitat de despesa.

Pel que fa als beneficis econòmics, no només es valoren els ingressos directes vinculats a l'organització de l'esdeveniment, sinó també els generats de forma directa i indirecta pel turisme (allotjaments, restauració, comerç, serveis), així com la projecció de la imatge del municipi i els efectes econòmics indirectes sobre el teixit empresarial local. Aquest efecte econòmic indirecte es deriva de l'increment excepcional de la demanda de serveis durant els dies de celebració de l'esdeveniment.

Pel que fa al perfil del visitant vinculat al Sitges Pride, segons dades facilitades per l'organització aquest es correspon majoritàriament amb persones adultes d'entre 35 i 54 anys, amb un 72% de perfil internacional i estades mitjanes superiors a la mitjana anual, amb una elevada capacitat de despesa en serveis turístics.

En conclusió, el missatge del patrocinador, l'Ajuntament de Sitges, compleix, segons la descripció anterior, els objectius següents:

- Difondre la imatge de Sitges com a destinació turística de qualitat, diversa i internacional.
- Impulsar la projecció del municipi com a ciutat compromesa amb la igualtat, la diversitat i els drets del col·lectiu LGTBIQ+.
- Contribuir al progrés econòmic i social del municipi mitjançant l'atracció d'esdeveniments de projecció internacional.
- Fomentar actituds de respecte, convivència i cohesió social, així com la promoció de valors cívics i democràtics associats a la igualtat i la no discriminació.

El detall dels treballs i accions a desenvolupar s'estableix en el corresponent Plec de prescripcions tècniques que regeix el present contracte.

## 2. EXCLUSIVITAT DEL CONTRACTE

L'AFGAL és l'entitat a la que s'ha adjudicat la llicència d'aprofitament privatiu sense transformació del domini públic per a l'organització de la Sitges Pride, tal com es va adoptar a la Junta de Govern Local de l'Ajuntament de Sitges celebrada el dia 9 de febrer de 2025.

L'AFGAL és l'entitat promotora i organitzadora del Sitges Pride, esdeveniment cultural, festiu i reivindicatiu que se celebra anualment al municipi de Sitges, i n'ostenta els drets d'organització, producció, coordinació, explotació publicitària i comunicació vinculats a aquesta iniciativa.

L'AFGAL és titular —o disposa dels drets exclusius d'ús i explotació— de la denominació, identitat gràfica, elements distintius, dominis web i canals oficials de comunicació associats al Sitges Pride, exercint-ne l'organització en règim d'exclusivitat i de manera continuada, havent consolidat la marca i el posicionament internacional de l'esdeveniment.

Així mateix, es deixa constància que no existeix alternativa equivalent ni substitut viable que permeti assolir la mateixa finalitat pública amb idèntiques garanties d'impacte, projecció i posicionament internacional, atès que el valor del patrocini es troba directament vinculat a la marca específica "Sitges Pride", al seu reconeixement consolidat en el mercat turístic LGTBIQ+ i al seu històric d'implantació al municipi. La celebració d'un esdeveniment diferent, sota una altra denominació o promogut per un altre operador, no permetria obtenir el mateix retorn publicitari ni la mateixa associació immediata entre l'esdeveniment i la destinació Sitges, circumstància que evidencia la inexistència de competència efectiva per raons de drets exclusius, tècniques i artístiques, en els termes exigits per l'article 168.a) 2n de la Llei 9/2017, de Contractes del Sector Públic.

En conseqüència, el servei que es pretén contractar només es pot encomanar a aquest entitat en concret.

## 3. DESCRIPCIÓ GENERAL DELS TREBALLS A CONTRACTAR

Les accions publicitàries descrites en el present plec constitueixen **prestacions essencials del contracte**, i la seva correcta execució és condició necessària per a la percepció del preu del contracte.

### 3.1 L'adjudicatari haurà de desenvolupar un pla de comunicació que inclogui, com a mínim, les següents actuacions:

Inclusió dels logotips o escuts de l'Ajuntament de Sitges i la regidoria de Turisme com a patrocinadors en:

### MITJANS ONLINE



- Logotips destacats a la home de la web oficial [www.sitgespride.com](http://www.sitgespride.com) amb enllaç
- Logotip enllaçat en la pàgina oficial en la secció de patrocinadors i col·laboradors
- Presència en el vídeo oficial
- Enviaments a la BBDD de la newsletter internacional (12.000 contactes)
- Etiquetatge i mencions institucionals en xarxes socials oficials del Sitges Pride

### **SUPORTS ANALÒGICS**

- Inclusió logotips o escuts de l'Ajuntament de Sitges i la regidoria de Turisme en la cartelleria oficial (escenari, banderoles, entre d'altres), incloent qualsevol altre material promocional addicional que es pugui generar al llarg del contracte
- Pàgina de salutació de l'Alcalde en el programa oficial en format paper
- Menció en les notes de premsa de l'organització
- Esment del patrocini en el pregó d'apertura del Sitges Pride

### **CAMPANYES SEGMENTADES A XARXES SOCIALS**

Meta / TikTok / YouTube en les quals s'etiquetarà i esmentarà els canals oficials de Turisme de Sitges:

- Promoció geolocalitzada en mercats prioritaris (UK, França, Alemanya, USA)
- Producció i difusió de continguts audiovisuals oficials
- Retargeting i optimització de conversió a web oficial

### **3.2. Informe de retorn publicitari**

L'adjudicatari haurà d'acreditar la realització efectiva de les accions de promoció mitjançant evidències documentals (captures web, informes de xarxes socials, materials gràfics o altres suports equivalents)

L'adjudicatari haurà de lliurar, en un termini màxim de 30 dies des de la finalització de l'esdeveniment, un informe detallat de retorn, que inclogui:

- Impacte mediàtic (clipping de premsa i valoració econòmica equivalent).
- Impacte digital (abast, impressions, interaccions).
- Estimació aproximada de l'impacte turístic en base a dades disponibles (INE, Data System, Booking, entre d'altres):
  - Pernotacions generades
  - Nombre de visitants
- Recull fotogràfic digital acreditatiu de la presència institucional.
- Valoració qualitativa del retorn de marca.

### **3.3 Modificació dels retorns publicitaris**



Per raons d'adequació a les necessitats comunicatives, podrà modificar o substituir els retorns publicitaris o de presència de marca i imatge previstos en el contracte, mantenint-ne l'equivalència funcional.

En tot cas, serà preceptiva l'audiència prèvia de l'adjudicatari, i la modificació no podrà implicar increment del preu del retorn afectat ni del preu global del contracte.

## **4. DRETS I OBLIGACIONS DE L'ADJUDICATARI**

### **4.1. Obligacions**

L'adjudicatari està obligat a:

- Executar el contracte conforme a la proposta presentada i les condicions negociades.
- Garantir la correcta aplicació de les marques Sitges Anytime i Ajuntament de Sitges.
- Facilitar tota la informació necessària per al seguiment del contracte.
- Permetre la supervisió tècnica per part dels serveis municipals.
- Complir la normativa vigent en matèria de publicitat, esdeveniments, seguretat, igualtat i no discriminació.
- Fer constar de manera expressa la col·laboració municipal en tots els suports acordats.
- Nomenar una persona que actuarà d'interlocutor amb Turisme de Sitges.
- Aportar el personal que consideri amb l'adequada qualificació i amb la dedicació que estimi necessari per al compliment del contracte, assegurant-se que compleix amb una legislació laboral vigent.
- L'empresa adjudicatària haurà d'observar minuciosament quantes disposicions legals i/o reglamentàries li resultessin d'aplicació a Catalunya així com a l'estat espanyol en matèria publicitària, i en particular les contingudes a la Llei 34/1988, d'11 de novembre, General de Publicitat, i totes aquelles que resultessin d'aplicació a les insercions publicitàries de begudes alcohòliques a recintes esportius, sent responsable únic, directe i exclusiu del contingut de les animacions i suports publicitaris que siguin exhibits, eximint i mantenint absolutament indemne a l'empresa patrocinadora de quantes reclamacions i/o sancions i/o condemnes poguessin interposar-se i/o imposar-se i/o dictar-se per tals conceptes.

### **4.2. Drets**

L'adjudicatari tindrà dret a:

- Percebre la quantitat acordada en els terminis establerts.
- Utilitzar la condició de patrocinat per l'Ajuntament de Sitges en els termes autoritzats.
- Proposar millores o ampliacions del pla comunicatiu, prèvia validació de la regidoria de Turisme.

## **5. DRETS I OBLIGACIONS DE L'AJUNTAMENT**

### **5.1. Obligacions**



L'Ajuntament de Sitges està obligat a:

- Abonar l'import del contracte en els terminis establerts.
- Facilitar els elements corporatius necessaris per a la correcta aplicació de les contraprestacions.
- Coordinar, si s'escau, accions conjuntes de promoció turística.
- Designar un responsable del contracte per al seguiment.

## **5.2. Drets**

L'Ajuntament tindrà dret a:

- Supervisar i validar prèviament les aplicacions de la seva imatge corporativa.
- Exigir el compliment íntegre de les obligacions establertes.
- Requerir documentació justificativa del retorn obtingut.
- Publicar i difondre pels seus propis medis, si així ho decideix, ja sigui en publicacions, pàgines web o per qualsevol altre mitjà, la seva col·laboració amb l'esdeveniment Sitges Pride
- L'empresa patrocinadora podrà rebutjar el contingut de qualsevol animació o creativitat publicitària si aquesta no s'ajustés a la legislació vigent.

## **5. PROPIETAT INTELECTUAL**

- L'Ajuntament de Sitges manté la titularitat exclusiva de tots els drets de propietat intel·lectual i industrial relatius a la seva imatge corporativa, escuts, marques, logotips i qualsevol altre element identificatiu.
- A l'efecte del present contracte, l'Ajuntament cedeix a l'empresa adjudicatària un dret d'ús no exclusiu, gratuït, temporal i limitat estrictament a les accions de comunicació i promoció derivades del patrocini del Sitges Pride, i únicament durant la vigència del contracte.
- Aquesta cessió no comporta en cap cas la transmissió de la titularitat ni la generació de cap dret de propietat intel·lectual o industrial a favor de l'adjudicatària.
- L'adjudicatària no podrà modificar, alterar o utilitzar els elements corporatius fora dels usos autoritzats, ni cedir-los a tercers sense autorització expressa i prèvia de l'Ajuntament.
- Així mateix, l'empresa adjudicatària garanteix que disposa dels drets necessaris sobre els materials, continguts o creacions utilitzats en l'esdeveniment, i exonera l'Ajuntament de qualsevol responsabilitat derivada de possibles reclamacions per vulneració de drets de propietat intel·lectual o drets d'imatge de tercers.



## **6. CONDICIONS DE PAGAMENT**

El pagament del patrocini es realitzarà anualment.

El pagament de cada anualitat es farà mitjançant pagament únic, un cop celebrat l'esdeveniment corresponent i prèvia presentació per part de l'adjudicatària de:

- La factura corresponent.
- L'informe de retorn previst a la clàusula 3.2 del present Plec.
- El recull documental i gràfic acreditatiu del compliment de les obligacions de difusió i promoció assumides.

Sitges, a data de la signatura electrònica.

**Mar Carrasco Ariño**  
Cap de Turisme